

невозможность привлечения новых клиентов. Как показывает детальный анализ, сокращение издержек, повышение эффективности производства, сконцентрированность на основных направлениях деятельности и даже перестройка бизнес-процессов – все эти варианты оказываются лишь полумерами, если они не сопровождаются главным – изменением маркетинговой стратегии компании, которая должна быть ориентирована на индивидуального клиента.

Сегодняшний потребитель вряд ли может рассматриваться как типичный представитель своей целевой группы, на удовлетворение общих потребностей которой ориентированы предлагаемые товары или услуги. Классические схемы сегментации потребителей, исходившие из моделей различных "жизненных циклов" разных категорий клиентов, прежде определяли содержание маркетинговых кампаний и способы извлечения прибыли, но сегодня они уже не работают. Оказалось, что так называемые "усредненные" категории потребителей не содержат ни одного реального индивидуума; последний же требует строго персонифицированного подхода, поскольку теперь он один образует самостоятельную целевую группу. Это означает, что при организации и ведении бизнеса компании следует исходить не из пресловутой доли рынка, которая исключает индивидуальный подход, а из своей доли в покупках и услугах, приобретаемых отдельным заказчиком. Но реализовать подобную стратегию сего дня, когда потребность в ней ощущается особенно остро, – трудная задача.

Массовое обслуживание потребителей максимально упростило взаимоотношения покупателя и продавца, освободив последнего от неприятной обязанности вникать в проблемы своих многочисленных клиентов. Негативные последствия этого упрощения сейчас в полной мере ощущаются в различных областях бизнеса. Ключевым же фактором для успешного ведения бизнеса становятся правильно выстроенные взаимоотношения с клиентом. При этом главный вопрос заключается не в том, что от таких взаимоотношений получает поставщик товаров или услуг, а в том, что они дают клиенту.

Сосредоточение внимания на интересах потребителя фактически предполагает управление взаимоотношениями с ним на всём протяжении цикла взаимодействия клиента и компании. Эффективность такого управления оценивается по тому, в какой степени каждый случай взаимодействия с потребителем способствует сохранению и даже повышению его лояльности к своему поставщику. В этом смысле продажи и

маркетинг превращаются в составные части общей системы управления взаимоотношениями с клиентом.

Особенности лизинга в переходной экономике

Н.А. Яковлева

В условиях переходной экономики производственные отношения зачастую трансформируются, приобретают специфические формы и черты. Это в полной мере относится к такой форме экономических отношений, как лизинг.

Под лизингом понимают предоставление в аренду основного капитала, т.е. техники, машин, оборудования. В рыночной экономике лизинг представляет собой, как правило, трехсторонний комплекс отношений, в которых лизинговая компания по просьбе и указанию пользователя приобретает у изготовителя оборудование, которое затем сдает этому пользователю в аренду. С помощью этого оборудования пользователь осуществляет задуманный им проект, сохраняя при этом право эксплуатировать оборудование и владеть продуктом, который является результатом осуществления проекта. В состав комплекса лизинговых отношений входят два договора: договор купли-продажи между лизинговой компанией и изготовителем на приобретение оборудования; договор лизинга между лизинговой компанией и пользователем, в силу которого первая передает второму во временное пользование оборудование, купленное у изготовителя специально для этой цели.

Отметим, что использование лизингового финансирования связано с дополнительной эмиссией долговых обязательств и, как следствие, с увеличением суммарной оплаты по ним, которое может быть частично уравновешено дополнительными налоговыми преимуществами для участников проекта. Лизинговое финансирование целесообразно в случаях, когда участники проекта могут в данный момент использовать все налоговые преимущества, связанные с правами собственности на проект; могут получить преимущества от финансирования, не включаемого в балансовые отчеты; желают использовать новый источник фондов – рынок арендных акций.

В условиях переходной экономики лизинг имеет некоторые особенности. Так, например, в Беларуси, он представляет собой не трех-, а пятисторонний комплекс отношений, где дополнительными субъектами лизингового договора выступают банк и поручитель (залогодатель). Участие банка здесь необходимо вследствие маломощности лизинговых компаний, которые зачастую не имеют в наличии полной суммы средств

для закупки оборудования. Участие в лизинговом договоре поручителя (залогодателя) обусловлено тем, что клиент (лизингополучатель) еще только планирует осуществлять инвестиционный проект и поэтому в данный момент оказывается неспособным внести залог.

В целом же механизм лизинговых отношений, имеющий место в Беларуси, следующий: банк предоставляет кредит лизинговой компании, по которому она уплачивает проценты; лизинговая компания покупает у изготовителя оборудование; поручитель предоставляет лизинговой фирме залог; лизинговая компания предоставляет учредителю проекта оборудование в аренду, за которое получает от клиента арендную плату.

В рыночной экономике, как известно, существуют несколько видов лизинга: финансовый (долгосрочный), оперативный (краткосрочный) и возвратный. Однако в условиях переходной экономики наибольшее распространение получил финансовый лизинг. Он представляет собой лизинг с полной выплатой стоимости имущества. Срок, на который передается имущество во временное пользование, приближается по продолжительности к сроку эксплуатации и амортизации всей или большей части стоимости имущества.

Оперативный лизинг характеризуется тем, что срок пользования имуществом значительно короче срока амортизации, что позволяет арендодателю многократно передавать имущество в лизинг. Однако частая замена оборудования под силу только высокорентабельным предприятиям, имеющим значительные средства для своих инвестиций в производство. Поэтому в современных условиях в Беларуси использование оперативного лизинга нереально.

Возвратный лизинг — разновидность финансового. При возвратном лизинге собственником имущества изначально является будущий лизингополучатель. Именно он продает его лизингодателю, а затем заключает с ним договор аренды на это имущество. Таким образом, первоначальный собственник получает от лизинговой компании полную стоимость оборудования или другого имущества, сохраняя за собой право владения, и лишь выплачивает периодические платежи за пользование оборудованием.

Данный вид лизинга может быть широко распространен в переходной экономике, в условиях кризиса, поскольку позволяет предприятиям, испытывающим острый недостаток собственных оборотных средств, получить средства для их пополнения за счет фактической рассрочки платежей.

В современных условиях в Беларуси лизинг может стать распространенной формой финансирования инвестиционных проектов. Однако при этом необходимо учитывать указанные выше его особенности в переходной экономике.

Франчайзинг для предпринимательских единиц

И.И. Колесникова

В качестве одной из переходных форм производственных отношений в период трансформации экономических систем могут стать отношения, основанные на принципах франчайзинга. Целесообразность их использования связана с тем, что при реорганизации предприятий путем выделения предпринимательских единиц необходимо обеспечить взаимовыгодность интересов двух сторон, что может быть достигнуто при использовании договора франчайзинга между предпринимательской единицей и предприятием-учредителем.

К методам финансирования, обычно используемым франчайзиатами, относятся собственные финансовые ресурсы, банковские кредиты, средства от залога имущества,

Имеет смысл использовать дополнительные средства: средства Фонда финансовой поддержки предпринимательства и его филиалов, средства государственного бюджета (компенсация за пользование банковским кредитом). Дополнительные средства также можно получить при введении упрощенной системы налогообложения. Эти налоговые льготы создадут добавочные источники использования государственных ресурсов и собственных средств предприятий.

Однако, эти средства, согласно действующему законодательству, могут быть использованы только небольшой группой предприятий, которые относятся к рангу малых. При условии переработки действующего законодательства об оказании финансовой поддержки отдельных групп предпринимательских единиц, финансовую поддержку необходимо распространить:

во-первых, не только на малые предприятия, которые уже действуют (срок их деятельности не меньше половины года), но и на только что созданные на базе структурных подразделений предприятий;

во-вторых, пересмотреть критерий отнесения предпринимательских единиц к числу имеющих льготы: в настоящее время для получения льгот сумма квартальной выручки должна составлять не больше 2500 минимальных заработных плат за два последних квартала. Аналогичные российские предприятия имеют критерий в 50 раз выше;